



DROIT DAGIR

Formation

Marketing digital et Réseaux Sociaux pour Développer son Activité

Formation préparant à la certification RS6702 :

« Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux ».

Organisme de formation : DROIT D'AGIR

 **Adresse :** 53 avenue du 8 mai 1945, 86000 POITIERS

 **Contact :** formation@droitdagir.fr

 **Téléphone :** 05 49 47 38 05 / 06 51 73 77 86

 **Accessibilité :** Formation accessible aux personnes en situation de handicap

 **Durée totale :** 28 heures (présentiel/distanciel)

 **Publics :** Indépendants, créateurs d'activité, personnes en reconversion professionnelle, auto-entrepreneur

 **Pré-requis :** Maîtriser les bases de la navigation sur Internet ; Avoir un projet de création ou de développement d'une activité professionnelle ou associative

Objectifs pédagogiques globaux

- ✓ Analyser leur marché et définir un positionnement stratégique adapté à leur activité
- ✓ Choisir les réseaux sociaux les plus pertinents en fonction de leur cible et de leurs objectifs
- ✓ Construire une image de marque cohérente et identifiable sur l'ensemble des canaux
- ✓ Créer des contenus performants et adaptés aux formats, audiences et algorithmes spécifiques (TikTok, Instagram, LinkedIn, Facebook, Snapchat)
- ✓ Déployer une stratégie de contenus multicanale efficace avec calendrier éditorial, storytelling et outils IA
- ✓ Développer et animer une communauté engagée, en pilotant les interactions et l'e-





DROIT DAGIR

réputation

- ✓ Convertir leur audience en clients, grâce à des tunnels de vente, des appels à l'action et du copywriting persuasif
- ✓ Gagner du temps et optimiser leur présence en ligne grâce à l'automatisation, la planification et le recyclage de contenus

Modalités pédagogiques

- Ateliers pratiques et mises en situation concrètes
- Études de cas personnalisées
- Suivi individuel
- Accès à des outils professionnels et à l'IA



Programme détaillé

Jour 1 — Positionnement & Image de marque

Module 1 – Diagnostic & positionnement stratégique (3h30)

- ◆ Analyse du marché digital selon les canaux
- ◆ Choix des plateformes adaptées selon cible (TikTok pour les 18-24 ans, LinkedIn pour le B2B, etc.)
- ◆ Atelier : Fiche de positionnement avec recommandations par réseau

Module 2 – Identité visuelle & storytelling (3h30)

- ◆ Création d'univers de marque cohérent pour chaque réseau
- ◆ Moodboard visuel (Instagram, TikTok, LinkedIn)
- ◆ Cohérence cross-plateforme

Jour 2 — Profil pro & Stratégie de contenu

Module 3 – Optimiser son profil social (3h30)

- ◆ Bonnes pratiques par réseau :
 - TikTok : bio courte, lien, photo impactante
 - LinkedIn : titre pro, résumé, compétences
 - Insta : bio, story à la une, lien
 - ◆ Atelier : construction de profils sur 2 réseaux au choix



DROIT DAGIR

Module 4 – Stratégie de contenu multiformat (3h30)

- ◆ Formats spécifiques :
 - Vidéos courtes pour TikTok / Reels Insta
 - Carrousels LinkedIn / Instagram
 - Posts texte LinkedIn / Facebook
 - ◆ Atelier : Création de contenu pour 3 canaux choisis
 - ◆ Planification multi-canal avec outils (Notion, Trello, Later)
-

Jour 3 — Création & Animation de communauté

Module 5 – Création multiformat pro (3h30)

- ◆ TikTok/Reels : montage CapCut, rythme, musique
- ◆ Insta/Snapchat : visuels immersifs, filtres, stories interactives
- ◆ LinkedIn : visuels pro, storytelling B2B
- ◆ Atelier : tournage et montage de 1 vidéo TikTok/Reel + 1 post pro

Module 6 – Animation & analyse (3h30)

- ◆ Algorithmes par réseau (TikTok, Instagram, LinkedIn)
 - ◆ Engagement, réponses aux commentaires, sondages
 - ◆ Atelier : analyse de l'engagement sur ses publications test
-

Jour 4 — Conversion, publicité & influence

Module 7 – Transformation d'audience en clients (2h30)

- ◆ Tunnel de vente adapté par canal :
 - TikTok/Insta : lien bio + lead magnet
 - LinkedIn : contenu de valeur + redirection page de vente
 - ◆ Atelier : créer une page de capture + CTA optimisé
- ◆ Outils & KPI associés :
 - **Google Analytics** :
 - ◆ Suivi des conversions à partir des réseaux (taux de rebond, pages vues, objectifs).
 - ◆ Analyse du parcours utilisateur post-clic.
 - Meta Insights (Facebook/Instagram) :
 - ◆ Taux de clic sur lien bio, interactions sur stories, portée des publications sponsorisées.
 - TikTok Analytics :
 - ◆ Taux de rétention des vidéos, clics sur bio, croissance d'abonnés.
 - LinkedIn Analytics :



DROIT DAGIR

- ◆ Taux d'engagement par post, clics sur lien, données démographiques des visiteurs.
- Metricool :
 - ◆ Vue unifiée de tous les réseaux : clics, meilleurs posts, évolution abonnés, performance des liens.
- Outils CRM / Emailing (Mailerlite, Sendinblue) :
 - ◆ Taux d'ouverture des lead magnets, séquences de bienvenue, scoring des prospects.

Module 8 – Influence & Publicité (2h30)

- ◆ Identifier micro-influenceurs pertinents sur Insta/TikTok
- ◆ Création d'une campagne Meta Ads (Facebook + Instagram)
- ◆ Introduction à Snapchat Ads pour cibles jeunes
- ◆ Atelier : définition d'un brief d'influence ou d'une pub

Module 9 – Automatisation & Multi-canal (1h00)

- ◆ Outils de programmation
- ◆ Réutilisation de contenu selon les formats (TikTok → Reel → Story)
- ◆ Focus au choix :
 - **Panorama LinkedIn** (SEO pro, articles, interactions ciblées)
 - **Panorama TikTok** (trends, monétisation, lives)

Évaluation & Certification (1h00)

- Réalisation d'un mini-projet réel (positionnement + identité + contenu + plan d'acquisition)
 - Présentation orale en fin de session devant un jury accompagnée de questions et réponses
- Remise de l'attestation de certification

Financement

- Éligible CPF, OPCO, financement jusqu'à 100 %

